

#012 COMMENT INTÉGRER LES EFFETS DU CONFINEMENT DANS MES PRÉVISIONS ?

Distributeur

Industrie

Prévisions

EN TANT QUE DISTRIBUTEUR GSA

Une hausse de la consommation liée au tarissement de la RHF (restauration hors foyer) +20% environ est à intégrer. À quoi s'ajoutent des comportements consommateurs différents des périodes classiques et une nouvelle répartition de la population en France depuis le 16 mars.



Une analyse de la consommation sur les premières semaines de confinement avec une identification des ruptures linéaires et ruptures entrepôts est utile pour identifier les produits pour lesquels booster la prévision court terme.



À l'inverse, bien identifier les produits avec ralentissement de consommation pour ralentir les approvisionnements.



Une aide de l'IA avec l'analyse des signaux big-data peut faire la différence en termes de réactivité sur les variations spectaculaires que nous connaissons. Sans IA, reconstruire une prévision composite à partir du bloc historique et d'un bloc conjoncturel pour cette période de confinement est probablement nécessaire pour les produits qui subissent le plus les effets du Covid19.

EN TANT QU'INDUSTRIEL ET FOURNISSEUR DE LA GSA

La même hausse globale du canal GMS est à prévoir, une baisse drastique, voire totale, sur les canaux RHF également.



Sur le canal GMS, les effets de mise en rupture et de surcommande pour compenser vont arriver en décalé par rapport à la consommation client final (effet bullwhip), des pratiques collaboratives avec les clients GMS sont à mettre en œuvre, même en mode dégradé, pour identifier le signal de la demande et anticiper sur les effets de stock des maillons aval de la chaîne chez les distributeurs.

Hormis certains produits, la consommation moyenne devrait rester stable sur un horizon à plusieurs mois, **le risque serait donc surtout de créer du surstock pour le futur.**





Jérémy Catteloin

Partner Industry & Retail at SpinPart

20+ years of Management Consulting in all sectors, Extended Supply Chain enthusiast, Lateral thinker, Complex problems solver, Digital adopter ... but always down-to-earth pragmatist.

| À propos de l'ASLOG

L'ASLOG fédère plus de 400 entreprises issues de tous secteurs, forte de 2000 professionnels qui collaborent pour promouvoir et construire la Supply Chain de demain. L'ASLOG association neutre et indépendante, porte les enjeux de la Supply Chain.

Dès 1972, des hommes visionnaires ont pressenti que cette fonction serait déterminante pour toutes les entreprises. Depuis près de cinquante ans, les professionnels du secteur font de l'ASLOG le partenaire de référence.

L'ASLOG est l'interlocuteur privilégié des institutionnels et des pouvoirs publics sur toutes les questions relatives au secteur.

| #supplychain4good

La communauté **#SupplyChain4Good** a été créée à l'initiative de Michelin et de l'Aslog, dans le cadre de l'écosystème de Movin'On, en faveur d'une mobilité plus durable des marchandises.

#SupplyChain4Good se donne pour ambition de fédérer les acteurs qui œuvrent pour des Supply Chain qui sont simultanément bonnes pour la planète, les personnes et la performance des entreprises. Les membres de cette communauté sont des « chargeurs » (entreprises industrielles et commerciales), des « opérateurs » (transporteurs, logisticiens, compagnies maritimes, ports...), des « fonctions support » (académiciens, consultants, systèmes d'informations, régulateurs, ONG...). Ils couvrent tous les secteurs économiques et toutes les régions du monde. Leurs travaux se déroulent tout le long de l'année et trouvent un point d'orgue lors du Movin'On Summit annuel, sommet mondial des mobilités durables.